

| | |
|--|---|
| <p><i>Revista científica CENTROS</i> 30 de julio de 2018 – Vol.7 No. 2 ISSN: 2304-604X pp. 1-11</p> <hr/> <p><i>Recibido: 20/02/18; Aceptado: 30/06/18</i></p> <p>Se autoriza la reproducción total o parcial de este artículo, siempre y cuando se cite la fuente completa y su dirección electrónica.</p> <hr/> <p>http://www.revistacentros.com</p> <p><i>indexada en</i></p> <div> http://www.latindex.unam.mx/</div> <div> http://miar.ub.edu/issn/2304-604X</div> |  |
|--|---|

ANÁLISIS DEL MODELO DE NEGOCIOS DE LOS ARTESANOS DE ALFARERÍA Y CERÁMICA EN EL CORREGIMIENTO DE LA ARENA, PROVINCIA DE HERRERA

Analysis of the artisans of pottery and ceramics Business Model in the corregimiento de la Arena, Province of Herrera

Carlos Bellido Walter

Universidad de Panamá. Facultad de Economía. E-mail:
cbellido1901@hotmail.com.

RESUMEN

Este estudio identificó los recursos y capacidades que influyen en el desempeño económico de los negocios artesanales de alfarería y cerámica del corregimiento de La Arena. Para tal fin se utilizó un diseño de tipo no experimental con enfoques cualitativo, cuantitativo, correlacional, transeccional y exploratorio descriptivo. Se aplicó un modelo de regresión múltiple y realizaron diferentes pruebas de hipótesis para determinar si las variables independientes, recursos y capacidades de innovación explicaban el comportamiento de la variable dependiente, desempeño económico. Se evidenció que las variables recursos intangibles, conocimientos y habilidades, así como las capacidades de innovación en producto e innovación en la organización del trabajo fueron estadísticamente significativas, mientras que los recursos tangibles como materia prima, productos terminados y maquinaria y equipo, al igual que las capacidades de innovación en proceso e innovación en marketing, no explican el comportamiento del desempeño económico de los talleres de artesanías.

Palabras clave: talleres artesanales, desempeño económico, modelo de negocios, innovación.

ABSTRACT

This study identified the resources and capacities that influence the economic performance of the artisan pottery and ceramics business of La Arena. For this purpose a non-experimental type design was used with qualitative, quantitative, correlational, transectional and descriptive exploratory approaches. We applied a multiple regression model and performed different hypothesis tests to determine if the independent variables, resources and innovation capacities explained the behavior of the dependent variable, economic performance. It was evidenced that the variables intangible resources, knowledge and skills, as well as the innovations in product and innovation in the work organization were statistically significant, while tangible resources such as raw materials, finished products and machinery and equipment, as well as The innovating skills in process and innovation in marketing, do not explain the behavior of the economic performance of the workshops of crafts.

Keywords: handcraft workshops, economic performance, business model, innovation.

INTRODUCCIÓN

Durante la época precolombina se dio un importante desarrollo artesanal en la región de Azuero, en que la que predominaba una cerámica elaborada con una gruesa pasta, la cual era confeccionada con una sustancia plástica o con desgrasante de arena fina o roca triturada. La misma presentaba baja cocción y sus diseños eran predominantemente plásticos modelados con una variedad de instrumentos (uñas de los dedos, palitos, cañas, conchas). Posteriormente, apareció un tipo de cerámica acabada, con nuevas técnicas y un desarrollo más definido.

En el año 1920, los pobladores del Corregimiento de La Arena fabricaban sus utensilios domésticos usando barro de ese mismo lugar. Con el pasar del tiempo, ya no se limitaron a la fabricación de utensilios de uso doméstico, sino que incursionaron en objetos para adornos, pots para plantas y otras piezas.

Posteriormente, en el año 1937, se construyó en La Arena el Centro de Alfarería, en que se les facilitaba una enseñanza a los pobladores del lugar en la fabricación de objetos de barro con las nuevas y más sofisticadas técnicas del uso del torno, el horno sin cúpula y el sistema de moldes. Siguiendo un modelo traído de México, basado en un horno eléctrico el cual era operado en Chitré debido a que aún no se tenía energía eléctrica en la comunidad de La Arena. Sin embargo, este centro fue

cerrado en 1940 y reabrió nuevamente en el año 1942, a solicitud del Servicio Nacional de Artesanías y Pequeñas Industrias (SENAPI).

En 1963, se crea la Escuela de Alfarería la cual, tres años más tarde (en 1966), deja de funcionar y, en su lugar, se crea el Centro de La Arena, adscrito al SENAPI, que en 1970 traslada su sede a Chitré, convirtiéndose así en uno de los centros de producción cerámica más importantes en toda la República de Panamá, cerrando en el año 1984, debido a su deficiente administración. En el período 1990-1991, se restableció la institución y se le asignó el nombre de Escuela de Artesanías Diana Chiari, en honor de su fundadora.

Para realizar esta investigación se seleccionó al segmento de los artesanos de alfarería y cerámica del Corregimiento de La Arena, en función de que, a diferencia de otras regiones artesanales del país, esta comunidad tiene una posición geográfica estratégica que es el paso obligatorio de miles de turistas locales y externos que visitan anualmente los destinos turísticos de la Provincia de Herrera y la Provincia de Los Santos, y debido a que en los años ochenta La Arena fue declarada por la Organización de Estados Americanos (OEA) como el pueblo más artesano de América, reafirmando la importancia de esta comunidad como un baluarte de las tradiciones artesanales de Panamá.

En la investigación estudiamos el grado de influencia de los recursos y capacidades, como variables clave de un modelo de negocios, en el desempeño económico de los artesanos de alfarería y cerámica de La Arena. Igualmente estimamos en qué medida los recursos físicos, los conocimientos y las habilidades del artesano, y las capacidades de innovación en producto, proceso, organización y marketing, como creadoras de valor, explican el desempeño económico.

La investigación se diseñó para probar las hipótesis de investigación a través de tres (3) modelos econométricos:

$$(1) Y = \beta_0 + \beta_1 W_1 + \beta_2 W_2 + \beta_3 W_3 + \beta_4 W_4 + \beta_5 W_5 + \mu_t$$

$$(2) Y = \beta_0 + \beta_1 Z_1 + \beta_2 Z_2 + \beta_3 Z_3 + \beta_4 Z_4 + \mu_t$$

$$(3) Y = \beta_0 + \beta_1 W_1 + \beta_2 W_2 + \beta_3 W_3 + \beta_4 W_4 + \beta_5 W_5 + \beta_6 Z_1 + \beta_7 Z_2 + \beta_8 Z_3 + \beta_9 Z_4 + \mu_t$$

Donde:

Y es la variable dependiente desempeño económico.

W_1, W_2, W_3, W_4, W_5 son las variables independientes de recursos.

Z_1, Z_2, Z_3, Z_4 son las variables independientes de capacidades.

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8, \beta_9$ son los parámetros poblacionales.

MATERIALES Y MÉTODOS

El instrumento de medición empleo variables de escala tipo dummy dando los valores de 1 para las respuestas SI y 0 para las respuestas No. Este instrumento consta de 43 preguntas que recogen la información de aspectos como el perfil del artesano mediante 4 preguntas; datos de la actividad artesanal mediante 6 preguntas y 38 ítems para el resto de las variables.

El instrumento se sometió a una prueba de confiabilidad con el Coeficiente de Kuder-Richardson con un valor de 0.75, que le proporciona una confiabilidad de consistencia interna alta.

Se seleccionó una muestra de 65 talleres artesanales con una confiabilidad de 90%, y probabilidad de éxito (p) conservadora de .5, q =.5, un error de 6%, y población (N) de 100 artesanos de alfarería. La misma se obtuvo con la fórmula de población finita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

Z^2 = Nivel de Confianza.

P = Proporción Esperada.

Q = 1 – P

e = Margen de error

N = Tamaño de la Población

RESULTADOS

En la Tabla 1 se observan los resultados del modelo econométrico estimado que permite establecer la relación entre la variable dependiente desempeño económico (ingreso por venta) y las variables independientes recursos físicos (materia prima, productos terminados y maquinaria y equipo) y recursos intangibles (conocimientos y habilidades).

Tabla 1. Prueba de Hipótesis del Modelo de Recursos

| Variable Dependiente "Y" Ingreso por Venta | | | |
|---|---------|--------|----------------|
| Variable Independiente | β | t | Probabilidad |
| Constante | 542.33 | 2.7562 | 0.0078 |
| W ₁ = Materia Prima | 156.49 | 1.1153 | 0.2692 |
| W ₂ = Productos Terminados | 188.07 | 0.7913 | 0.4319 |
| W ₃ = Maquinaria y Equipo | 96.23 | 0.7192 | 0.4748 |
| W ₄ = Conocimientos | 281.73 | 1.7438 | 0.0864** |
| W ₅ = Habilidades | 413.53 | 2.9944 | 0.0040* |
| Coeficiente de Determinación R ² = 0.292 | | | P(F) = 0.00085 |
| Error de Estimación = 435.9628 gl = 59 F = 4.8697 | | | |

* p<0.05 y ** p<0.10

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 2 presentamos los resultados del modelo econométrico estimado para establecer la relación entre las variables dependiente desempeño económico (ingreso por venta) y las variables independientes relacionadas con las capacidades de innovación (en producto, en proceso, en organización y en marketing).

Tabla 2. Prueba de Hipótesis del Modelo de Capacidades de Innovación

| Variable Dependiente "Y" Ingreso por Venta | | | |
|--|---------|---------|---------------|
| Variable Independiente | β | t | Probabilidad |
| Constante | 821.81 | 15.1414 | 0.0000 |
| Z ₁ = Innovación en producto | 400.97 | 3.8408 | 0.0003* |
| Z ₂ = Innovación en proceso | 129.77 | 1.2101 | 0.2308 |
| Z ₃ = Innovación en organización | 600.73 | 5.3128 | 0.0000* |
| Z ₄ = Innovación en marketing | 207.62 | 1.5862 | 0.1180 |
| Coeficiente de Determinación R ² = 0.560 | | | P(F) = 0.0000 |
| Error de Estimación = 340.6594 gl = 60 F = 19.1269 | | | |

* p<0.05

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 3 se aprecian los resultados del modelo econométrico estimado para establecer la relación entre las variables dependiente desempeño económico (ingreso por venta) y las variables independientes relacionadas con las capacidades de innovación (en producto, en proceso, en organización y en marketing).

Tabla 3. Prueba de Hipótesis con Restricción Conjunta

| Variable Dependiente "Y" Ingreso por Venta | | | |
|---|---------|---------|---------------|
| Variable Independiente | β | t | Probabilidad |
| Constante | 591.76 | 3.8208 | 0.0003 |
| W ₁ = Materia Prima | -8.41 | -0.0736 | 0.9416 |
| W ₂ = Productos Terminados | -134.56 | -0.5881 | 0.5589 |
| W ₃ = Maquinaria y Equipo | 92.50 | 0.8747 | 0.3856 |
| W ₄ = Conocimientos | 186.69 | 1.4713 | 0.1469 |
| W ₅ = Habilidades | 146.97 | 1.2287 | 0.2244 |
| Z ₁ = Innovación en producto | 376.68 | 3.4971 | 0.0009* |
| Z ₂ = Innovación en proceso | 150.22 | 1.2892 | 0.2027 |
| Z ₃ = Innovación en organización | 497.93 | 3.7255 | 0.0004* |
| Z ₄ = Innovación en marketing | 208.69 | 1.3516 | 0.1820 |
| Coeficiente de Determinación R ² = 060 | | | |
| Error de Estimación = 339.09 | | | P(F) = 0.0000 |
| gl = 55 | | | |
| F = 9.1972 | | | |

* p<0.10

Fuente: Elaboración Propia

DISCUSIÓN

En el Modelo 1 (Modelo de Recursos), tomando como referencia los datos de la Tabla 1, al ser $t\beta_1 < t_{0.90}$, ($1.1153 < 1.671$) en valor absoluto y $P(W_1) = 0.2692$ mayor a 0.10, se acepta la Hipótesis Nula de que la variable "materia prima" no es explicativa del desempeño económico de los talleres de artesanías y se rechaza la Hipótesis Alternativa de que es explicativa dentro del modelo.

Al obtener un $t\beta_2 < t_{0.90}$, ($0.7913 < 1.671$) en valor absoluto y $P(W_2) = 0.4319$ mayor a 0.10, se acepta la Hipótesis Nula de que la variable "productos terminados" no es explicativa del desempeño económico de los talleres de artesanías y se rechaza la Hipótesis Alternativa de que es explicativa dentro del modelo.

El resultado de $t\beta_3 < t_{0.90}$, ($0.7192 < 1.671$) en valor absoluto y Al ser $P(W_3) = 0.4748$ mayor a 0.10, nos lleva a aceptar la Hipótesis Nula de que la variable "maquinaria y equipo" no es explicativa del desempeño económico de los talleres de artesanías y rechazar la Hipótesis Alternativa de que es explicativa dentro del modelo.

Siendo $t\beta_4 > t_{0.90}$, ($1.7438 > 1.671$) en valor absoluto, se rechaza la Hipótesis Nula de que la variable "conocimientos" no es explicativa del desempeño económico de los talleres de artesanías y se acepta la Hipótesis Alternativa de que es explicativa dentro del modelo.

Con la estimación de un $t\beta_5 > t_{0.90}$, ($2.9944 > 1.671$) en valor absoluto y $P(W_5) = 0.0040$ menor a 0.10, se rechaza la Hipótesis Nula de que la variable “habilidades” no es explicativa del desempeño económico de los talleres de artesanías y se acepta la Hipótesis Alternativa de que es explicativa dentro del modelo.

También obtuvimos un valor del Coeficiente de Determinación (R^2) de 0.292 que se interpreta como el 29.2% de la variación de la variable dependiente desempeño económico es explicada por la variación de las variables independientes de recursos.

Igualmente, la significación global de la regresión se prueba calculando la relación F entre las varianzas explicada y no explicada o varianza residual. Un valor alto para el estadístico F significa una relación significativa entre las variables dependientes e independientes y conducen al rechazo de la hipótesis nula de que los coeficientes de todas las variables son conjuntamente cero. La prueba consiste en probar la Hipótesis Nula ($H_0: t\beta_1 = t\beta_2 = t\beta_3 = t\beta_4 = t\beta_5$) frente a la Hipótesis Alternativa ($H_1: \text{No todas las } t\beta_i \text{ son } 0$).

El estadístico F tiene un valor de 4.8697, el cual es mucho mayor al valor crítico de F en el nivel de significación del 5% ($F_{5,59,0.95} = 1.946$). Además, el valor $P(F) = (0.00085)$ es menor que el nivel de significancia de 0.05.

Los resultados anteriores nos llevan a señalar que al ser la F calculada de la regresión mayor a la F crítica y el valor $P(F)$ menor a 0.05, se rechaza la Hipótesis Nula H_0 y se concluye que no todas variables explicativas incluidas en el Modelo 1 son iguales a cero, por lo que hay por lo menos una de ellas que explica el comportamiento del desempeño económico de los talleres de artesanía.

En el Modelo 2 (Modelo de Capacidades de Innovación), los valores aparecen en la Tabla 2, al ser $t\beta_1 > t_{0.90}$, ($3.8408 > 1.671$) en valor absoluto y $P(Z_1) = 0.003$ menor a 0.10, se rechaza la Hipótesis Nula de que la variable “innovación en producto” no es explicativa del desempeño económico de los talleres de artesanías y se acepta la Hipótesis Alternativa de que es explicativa dentro del modelo.

Con un valor de $t\beta_2 < t_{0.90}$, ($1.2101 < 1.671$) en valor absoluto y $P(Z_2) = 0.2308$ mayor a 0.10, se acepta la Hipótesis Nula de que la variable “innovación en proceso” no es explicativa del desempeño económico de los talleres de artesanías y se rechaza la Hipótesis Alternativa de que es explicativa dentro del modelo.

La estimación de $t\beta_3 > t_{0.90}$, ($5.3128 > 1.671$) en valor absoluto y $P(Z_3) = 0.000$ menor a 0.10, nos conduce a rechazar la Hipótesis Nula de que la variable “innovación en la organización del trabajo” no es explicativa del desempeño económico de los talleres de artesanías y aceptar la Hipótesis Alternativa de que es explicativa dentro del modelo.

Al calcular un valor estimado de $t\beta_4 < t_{0.90}$, ($1.5862 < 1.671$) en valor absoluto y $P(Z_4) = 0.1180$ mayor a 0.10, se acepta la Hipótesis Nula de que la variable “innovación en marketing” no es explicativa del desempeño económico de los talleres de artesanías y se rechaza la Hipótesis Alternativa de que es explicativa dentro del modelo.

En lo referente al Modelo 3 (Modelo con Restricción Conjunta), según los datos de la Tabla 3, al realizar la prueba de hipótesis con la restricción conjunta (incluyendo todas las variables), observamos que solamente dos variables son estadísticamente significativas para explicar el desempeño económico de los talleres artesanales. Estas son innovación en producto e innovación en organización del trabajo. El resto de las variables no son estadísticamente significativas.

Con valor estimado de $t\beta_6 > t_{0.90}$, ($3.4971 > 1.671$) en valor absoluto y $P(Z_1) = 0.0009$ menor a 0.10, se rechaza la Hipótesis Nula de que la variable “innovación en producto” no es explicativa del desempeño económico de los talleres de artesanías y se acepta la Hipótesis Alternativa de que es explicativa dentro del modelo.

Al calcular un $t\beta_8 > t_{0.90}$, ($3.7255 > 1.671$) en valor absoluto y $P(Z_3) = 0.0003$ menor a 0.10, se rechaza la Hipótesis Nula de que la variable “innovación en la organización del trabajo” no es explicativa del desempeño económico de los talleres de artesanías y se acepta la Hipótesis Alternativa de que es explicativa dentro del modelo.

Las artesanías guardan mucha relación con el turismo. Muchas de las personas que van a otros países muestran mucho interés por aprender acerca de arte, cultura y tradiciones del país que están visitando y compran algún souvenir como recuerdo de esa experiencia. En Panamá existe la Ley 80 de 8 de noviembre de 2012, que otorga una serie de incentivos para el fomento de la actividad turística de Panamá. Esta ley se constituye en un valioso instrumento para fomentar la comercialización, tanto para el mercado interno como para el externo, del producto turístico de artesanías de alfarería y cerámica en el corregimiento de La Arena.

Se evidencia que los artesanos casi no utilizan envases ni tienen una hoja de leyenda, donde se incluyan instrucciones sobre la forma de conservar el producto y que no se deteriore. Esta manera de presentar el producto artesanal le proporciona un elevado valor agregado diferenciándolo de otras artesanías que se ofertan en el mercado. Por ello se recomendamos que los artesanos coloquen una marca, un envase y hoja de instrucciones a todos los productos.

Por otro lado, los resultados de esta investigación revelan que una de las debilidades de los artesanos es la falta de una estrategia de comercialización adecuada para sus productos, tanto localmente como internacionalmente.

Proponemos el uso de catálogos, volantes, afiches y sitios web para promover sus artesanías.

Asimismo, los artesanos deben tener acceso a asesorías sobre el uso de herramientas para el manejo de costos y procesos de producción, las cuales aplicarían para hacer a sus talleres rentables, cualificando y cuantificando la materia prima, insumos y mano de obra.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aragón Sánchez, A. (2013). *Metodología de investigación en pymes*. Murcia, España.
- Avalos, C., y Martínez, I. (2008). *Diseño de un plan estratégico promocional que incremente las ventas en los negocios de artesanías, ubicados en el Municipio de La Palma, Departamento de Chantelango*. Tesis, Universidad Francisco Gaviria, San Salvador.
- Bach A., y Banda, P. (2014). *Propuesta de modelo de gestión para la Asociación del Centro de Procesamiento Pesquero Artesanal en el Distrito de Santa Rosa-Lambayeque*. Tesis Doctoral, Universidad Católica Santo Toribio de Mongrovejo.
- Baena, E., Sánchez, J., y Montoya, O. (2003). El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. *Technica, Revista Scientia et*(23), 61-66.
- Caballero, S., Canchucaya, P., Miguel, J., y Paitamala, O. (2012). *Plan estratégico del sector artesanal de la Región Junín*. Tesis de Maestría, Universidad Católica de Perú, Huancayo.
- Correa García, L. (2015). *Recursos, capacidades y aspectos culturales en el desempeño económico en los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas*. Universidad Autónoma de Aguas Calientes, México.
- Danvila del Valle, I. (2004). *La generación de capital humano a través de la formación, un análisis de su efecto sobre los resultados empresariales*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Danvila Del Valle, I. (2004). *La generación de capital humano a través de la formación, un análisis de su efecto sobre los resultados empresariales*.

- Garate A y Ulloa G. (2015). *Modelo de negocios aplicado al asociacionismo de artesanos de producción ikat en el Cantón Gualaceo*. Tesis, Escuela de Ciencias de la Administración. Universidad del Zulia., Quito.
- Gujarati D., y Porter, D. (2010). *Econometría*. (Quinta ed.). México: McGraw-Hill.
- Hernández Girón, J., Domínguez, M., y Caballero, M. (2007). Factores de innovación en negocios de artesanas de México. *Revista Gestión y Política Pública*, XVI(2), 353-379.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México, México: McGraw Hill.
- Jacobo Pérez, M., y Toledo López, A. (2015). *La influencia de la orientación al mercado en el desempeño de los negocios de artesanía Wixárika en el Estado de Nayarit*. Instituto Politécnico Nacional, México.
- Jímenez, J., Domínguez, M., y Martínez, C. (2009). Estrategia y competitividad de los negocios de artesanía en México. *Revista Pensamiento & Gestión*(26), 165-190.
- López López, A., Mella Márquez, J., y Mella López, V. (2012). La innovación en el sector de la cerámica artesanal. (U. A. Madrid, Ed.) *Revista Atlántica de Madrid*, 2.
- López Pérez, R. (2012). *Innovación del modelo de negocio: propuesta de un modelo holístico*. Madrid.
- Olivares Ramírez, G. M., Huesca Chávez, J. A., y Contreras Jiménez, J. C. (Marzo de 2011). Modelos y diseños de estrategia de negocio. *Revista Contribuciones a la economía*, 20. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2011a/>
- Palacios Preciado, M. (2011). *Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad*. Bogota.
- Pindyck R., & Rubinfeld, D. (2000). *Econometría: modelos y pronósticos*, Cuarta edición. México: McGraw-Hill.

- Saéz de Viteri, A. (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 6(3), 71-86.
- Salvatore, D. (1991). *Econometría*. Primera Edición. México: McGraw-Hill.
- Toledo López, A., Mendoza Ramírez, L., y Sánchez Medina, P. (2016). El éxito de los negocios de subsistencia de artesanía y su relación con el desempeño. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 9(1), 57-68.
- Villalaz G. (2016). *Ceramistas precolombinos en el corregimiento de la Arena*. Recuperado de <http://www.geocities.ws/unapem/ceramica.html>
- Zapata, D. (2012). *Desarrollo de un plan de negocio para la comercialización de artesanías al detalle en Weston Florida*. Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito.